「TSUBAKI」より オイルシャンプー数量限定発売

エフティ資生堂

エフティ資生堂は、ヘアケアブランド「TSUBAKI」より、長崎県五島列島産の初摘み、採れたて、搾りたてのピュアな椿オイルを使用したノンシリコーンの「オイルシャンプー&オイルコンディショナーセットⅡ」(シャンプー500㎖＋コンディショナー500㎖、オープン価格)を、12月中旬から数量限定で発売する。

同社では昨年、収穫したその年に発売するオイルヌーヴォースタイルで「オイルシャンプー&オイルコンディショナー」を発売したところ、まもなく完売し、再発売を要望する声が多数寄せられ、「オイルシャンプーなのにべたつかず、泡立ちがよい」「ツヤがある」「仕上がりがふんわりサラサラ」など、仕上がりについても高い評価が得られたことから、今年もオイルヌーヴォーを解禁した。

今年9月に一つひとつ手摘みした初摘みの椿の実を天日で乾燥させ、1粒1粒丁寧に選別後、採れたてのうちに、余分なものを抽出しない搾油方法「玉締め式」による一番搾りを行い、搾油後専用のフェリーや車で出荷、工場で1週間かけて丁寧に精製し、高品質なピュアオイルに仕上げている。

今年の限定セットは、毛髪と頭皮の柔軟・保湿効果にすぐれた独自成分「椿麹S」を新たに配合しており、「髪と地肌のWケア」がさらに進化した。髪を芯までうるおいで満たすことで、まとまりのよいサラサラのツヤ髪に仕上がるという。

超コンパクト衣料用液体洗剤「トップ スーパーNANOX」を発売

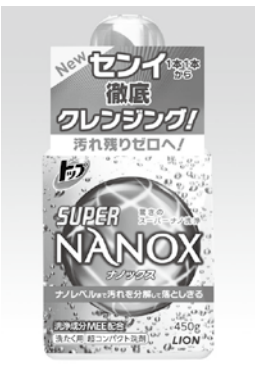
ライオン

ライオンは、繊維1本1本から汚れを徹底的に落とす優れた洗浄力を実現した超コンパクト衣料用液体洗剤「トップ スーパーNANOX」(本体450g、つめかえ用360g、つめかえ用大660g、つめかえ用特大950g、ワンパック10g×10袋、オープン価格)を2016年2月17日から全国で発売する。

生活者は衣料用洗剤に対して「汚れ落ちがよいこと」(81%)を求めているものの、現在使用している衣料用洗剤に十分満足をしておらず、「しばらく使うと黄ばみや黒ずみができてしまう」「毎日ちゃんと洗濯をしているのに、汚れが残っているような気がする」などの不満を持っている。(2015年同社調べ)

その背景として、節水洗濯や洗濯機の大型化、単身世帯や共働き世帯の増加に伴うまとめ洗いの増加により、少量の水で多くの洗濯物を洗う機会が増えていることがあり、このような洗濯環境では衣類の汚れは落ちにくくなり、黄ばみや黒ずみになりやすいという。

そこで同社は、2010年に発売した「トップNANOX」を飛躍的に進化させ、皮脂洗浄力を大幅に向上させる新技術「スーパーナノ洗浄」を、今回発売する「トップスーパーNANOX」に盛り込んだ。また、独自の高洗浄成分MEEに加え、LO(リフトアウト)成分を新たに配合。LO成分がセンイの内部に浸透し、センイにしみつこうとする汚れを浮かび上がらせ、浮かし出された汚れを高洗浄成分MEEがナノレベルにまで一気に分解して落とす。これにより、黄ばみや黒ずみを抑えて、衣類を白く洗い上げるという。



組織改正

◆ライオン、組織改正(2016年1月1日付)

1. 通販事業運営体制の強化

①通販事業を特販事業本部から独立し、「ウェルネス・ダイレクト事業本部」を新設する。

②本部傘下に「事業企画部」と「販売推進部」を設置する。

③「事業企画部」傘下に「フルフィルメント運営室」を設置する。

2. 研究戦略機能の整備(研究開発本部・企画管理部)

①研究開発本部企画管理部「戦略推進室」を廃止し、新規事業開発にかかわる開発シーズ探索・テーマ推進機能を事業開発部に移管する。研究戦略策定・推進機能は企画管理部が行う。

②研究開発本部内に商品開発分野・基盤技術分野を各々統括する「副本部長」を置く。

③研究開発本部長付として研究開発に関する工業会活動を統括する「技術渉外担当部長」を置く。

3. 事業開発・インキュベーション機能の強化(事業開発部)

事業開発部に「事業戦略担当部長」「事業育成担当部長」を置く。

4. 海外知的財産活動の強化(知的財産部)

知的財産部に「海外担当部長」を置く。

5. IR機能の移管

「コーポレートコミュニケーションセンターIR室」を経営企画部に移管し、「経営企画部IR室」とする。

◆花王CMK、人事異動・機構改革(2016年1月1日付)

人事異動／首都圏支社長(インターナショナルCMK部門統括)小澤正明執行役員▽近畿支社長(北海道リージョン統括)荒木義行執行役員▽執行役員北海道支社長(中部リージョンマーケティンググループリーダー)上田茂実

機構改革／①花王グループカスタマーマーケティング設立に伴い、本社機能を新会社に移管し、支社組織にし運営する。②北海道リージョン、東北リージョン、東京リージョン、北関東・甲信越リージョン、中部リージョン、近畿リージョン、九州リージョンを北海道支社、東北支社、首都圏支社、関越支社、中部支社、近畿支社、九州支社に改称する。

私の H&B 日記

揺動税率

ここ数日、穀潰しの私が会社から帰ると、こども園の園長で来年還暦を迎える母が軽減税率に関する報道番組を視聴しながら、園の給食費を値上げするかどうかで頭を悩ませている。

消費税率8%への引き上げ時にも同様の悩みを聞かされ、据え置きを決断した記憶はまだ新しい。10%への引き上げが2017年4月に延期され、最近は話題にのぼらなかったが、ここにきて報道加熱に再び悩みはじめた。

さすがに今回は値上げに踏み切る考えのようだが、多かれ少なかれ保護者の苦情が予想されるという。白髪が増えるはずである。

さて、その消費税率10%への引き上げに関しては現在、税率を8%のまま据え置く軽減税率対象品目の導入が検討されている。

安倍政権は当初、軽減税率対象品目を米、魚・肉、野菜など「生鮮食品」のみとし、「加工食品」については、段階的に広げる考えを示してきたが、ここにきて、加工食品まで対象とし、さらに食品全般での合意となった。(12月10日現在)

消費者視点に立てば、嬉しいはずの報せだが、方針が二転三転したことで、消費税率引き上げの本質論から逸脱しているとの批判が高まり、逆風が吹き始めている。

もともと社会保障や子育て支援の充実という次世代の日本を見据えた引き上げ策だったが、現在議論中の対象品目拡大検討案は目先の評価欲しさが明白だ。対象品目を広げれば、その分の税収は減少する。しかしながら、食品全般を対象品目に加えることによる減収分の代替案はまだ発表されていない。

そうした議論のすり替えは、先日視聴したTVの報道番組にも表れていた。軽減税率対象でない品目も織り交ぜ、消費者に税率据え置きを望む品目を選択してもらうといった内容だった。

全く的外れな番組で遺憾である!とその時点でそう言えたら、年の瀬に1年の成長を実感できただろう。その時の私は、軽減税率の対象になってほしい理想品目をいくつも頭に思い描いていた。(菅)